

Analyse

04.07.2022

ML

Højere omsætning end før corona

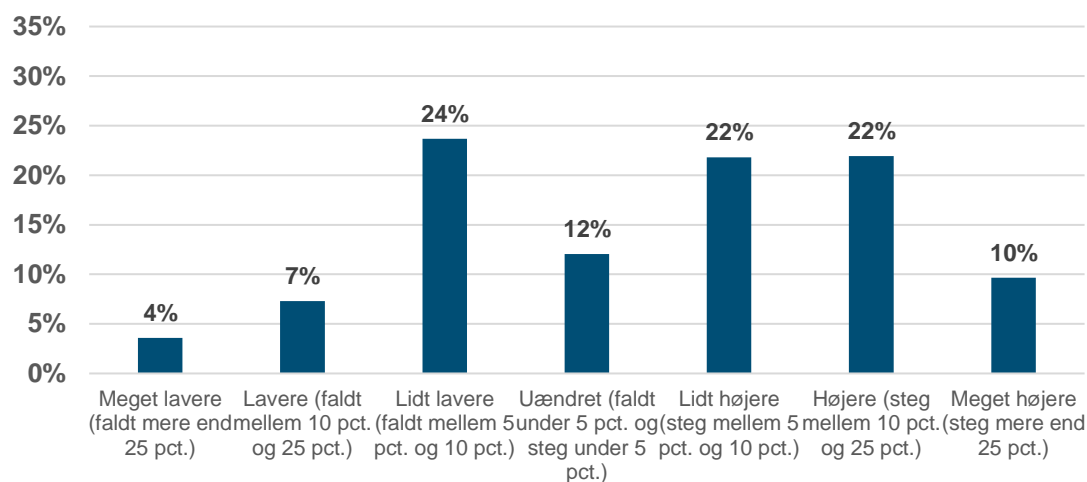
Omsætningen var højere end før coronaepidemien blandt GRAKOMs medlemsvirksomheder i 1. halvår af 2022. I 2. halvår forventer medlemmerne også, at omsætningen overgår niveauet før corona.

Omsætningen blandt størstedelen af GRAKOMs medlemsvirksomheder er nu højere, end før coronaepidemien brød ud i Danmark. 54 pct. af GRAKOMs medlemsvirksomheder svarer, at deres omsætning steg mere end 5 pct. i 1. halvår af 2022 i forhold til 1. halvår 2019, mens 35 pct. svarer, at deres omsætning faldt med 5 pct. eller mere. 12 pct. af medlemmerne svarer, at deres omsætning var uforandret.

Udviklingen i omsætningen dækker over en betydelig spredning. 10 pct. af medlemsvirksomheder havde således en vækst i omsætningen på mere end 25 pct. i 1. halvår af 2022 sammenlignet med 1. halvår 2019, mens 22 pct. havde en vækst i omsætningen på mellem 10 pct. og 25 pct.

Figur 1: Virksomhedernes omsætning i første halvår 2022 ift. 1. halvår 2019 (før corona)

Spg: "Hvordan er det gået med din virksomheds foreløbige omsætning i 1. halvår i 2022 sammenlignet med 1. halvår i 2019 (omsætningen før corona)?"



Note: Vægtet efter virksomhedsstørrelse

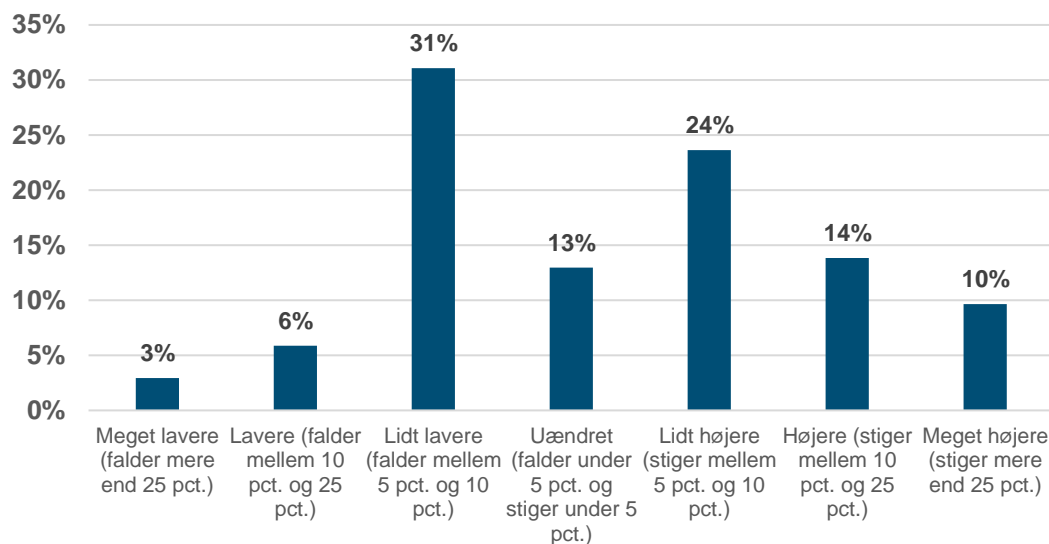
Omsætningen blandt alle GRAKOMs medlemsvirksomheder estimeres til at være ca. 4 pct. højere i 1. halvår af 2022 i forhold til omsætningen i 1. halvår af 2019 (det sidste 1. halvår inden coronaepidemien kom til Danmark). Til sammenligning var omsætning i 2021 omkring 5 pct. lavere end i 2019. Kommunikationsindustrien har dermed foreløbigt lagt epidemien bag sig.

Forventningerne til omsætningen i 2. halvår er fortsat over 2019-niveauet. Dog ikke helt så positiv som udviklingen i omsætningen i 1. kvartal 2022. Således er den samlede forventning,

at omsætningen i 2. halvår 2022 bliver godt 3 pct. højere end i 2019. Sammenlignet med besvarelserne for omsætningen i 1. halvår 2022, har figuren nedenfor en mindre venstreforskydning. Der er således en anelse flere virksomheder, der forventer en lavere omsætning og lidt færre virksomheder med forventninger om en højere omsætning i 2. halvår af 2022 sammenlignet med 2019.

Figur 2 Virksomhedernes forventninger til omsætningen i 2. halvår 2022 ift. 2. halvår 2019 (før corona)

Spg: "Hvad er dine forventninger til din virksomheds omsætning i 2. halvår 2022 sammenlignet med 2. halvår 2019 (omsætningen før corona)?"



Note: Vægtet efter virksomhedsstørrelse

48 pct. af virksomhederne forventer, at deres omsætning i 2. halvår 2022 er højere end i 2. halvår 2019, mens 40 pct. forventer, at omsætningen bliver lavere.

Her stiger og falder efterspørgslen

Forventningerne til de kommende 12 måneders efterspørgsel på kommunikationsindustriens forskellige produkter og ydelser varierer en del. I den nedenstående figur kan fordelingen af svar ses vedrørende forventningerne til efterspørgslen af nogle af kommunikationsindustrien forskellige produkter og ydelser.

Det forventes, at efterspørgslen på emballage stiger mest, idet den beregnede gennemsnitlige efterspørgsel er højest for emballage med 3,8, og dermed betydeligt højere end værdien 3, som beskriver en uforandret efterspørgsel.

Emballage er tæt efterfulgt af både tekstiltryk samt storformat og skilte med en gennemsnitlig efterspørgsel på 3,6. Med en gennemsnitlig forventning til efterspørgslen på 3,5 er der også en forventning

Den gennemsnitlige efterspørgsel

I den gennemsnitlige efterspørgsel er de enkelte svarmuligheder tildelt en værdi.

Værdien 1 beskriver, at efterspørgslen vil falde meget.

Værdien 3 beskriver en uændret efterspørgsel.

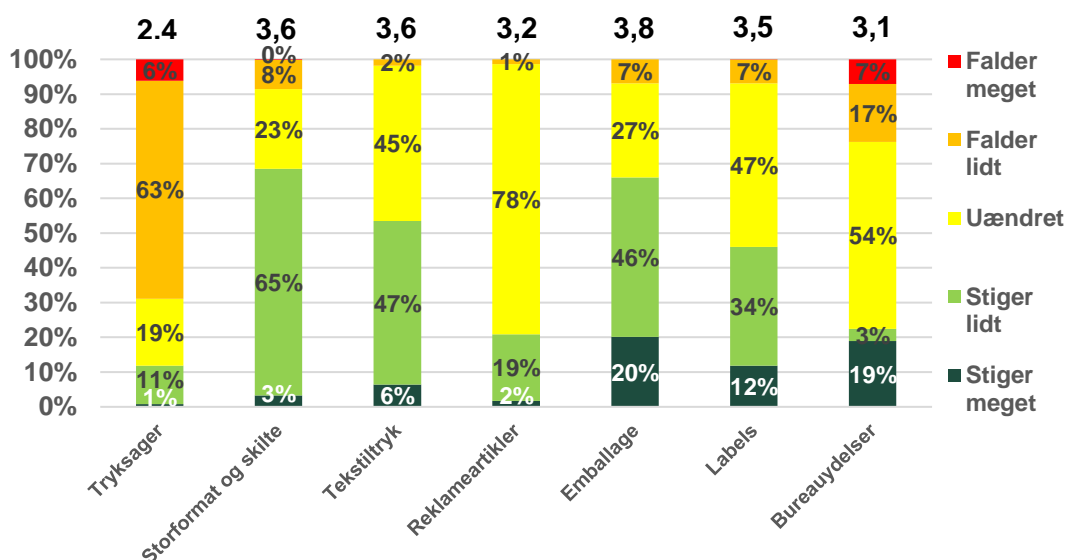
Værdien 5 beskriver at efterspørgslen vil stige meget

Hvis gennemsnittet er over 3 har markedets en forventning om, at efterspørgslen vil stige, hvis værdien er under 3 er forventningen, at den falder.

til, at der vil blive solgt flere labels de kommende 12 måneder sammenlignet med de seneste 12 måneder.

Figur 3: Forventet efterspørgsel de kommende 12 måneder ift. de seneste 12 måneder

Spg: "Hvad er dine forventninger til efterspørgslen af følgende varer og tjenester det kommende år i forhold til de seneste 12 måneder



Note: Svarmuligheden ved ikke/ikke relevant er frasorteret. Figuren er vægtet med virksomhedernes størrelse. Virksomheder uden offentliggjorte regnskaber indgår ikke i figuren.

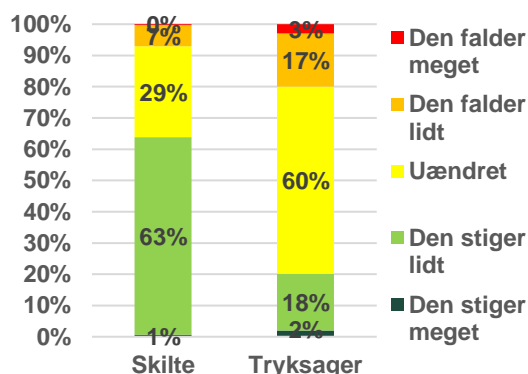
I den anden ende af spektret ligger tryksager med en forventet efterspørgsel på 2,4. Det er dermed forventningen, at der vil blive solgt færre tryksager de kommende 12 måneder end de foregående 12 måneder. For både bureauydelse og reklameartikler ligger forventningen til efterspørgslen lige omkring 3 og dermed en uændret efterspørgsel de kommende 12 måneder i forhold til de seneste 12 måneder.

I undersøgelsen er der også spurgt ind til, om efterspørgslen har været stigende på skilte med prisoplysninger (fx butikskilte, lysskilte, gadeskilte, prisskilte og POS-materialer mm.) og tryksager med prisoplysninger (fx menukort, kataloger, prislister, foldere, plakater mm.).

For skilte er gennemsnittet 3,6, hvilket betyder, at efterspørgslen er stigende. Den stigende efterspørgsel på skilte med priser kan skyldes, at flere virksomheder, som fx spisesteder, justerer priserne som følge af den stigende inflation i samfundet, og dermed efterspørger nye skilte.

Figur 4: Efterspørgslen på skilte og tryksager med prisoplysninger

Spg: Hvordan oplever du efterspørgslen på skilte/tryksager med prisoplysninger?



Note: Svarmuligheden ved ikke/ikke relevant er frasorteret. Figuren er vægtet med virksomhedernes størrelse

For tryksager er den gennemsnitlige efterspørgsel 3,0, og efterspørgslen på tryksager med prisoplysninger er således uforandret på trods af den stigende inflation i samfundet.

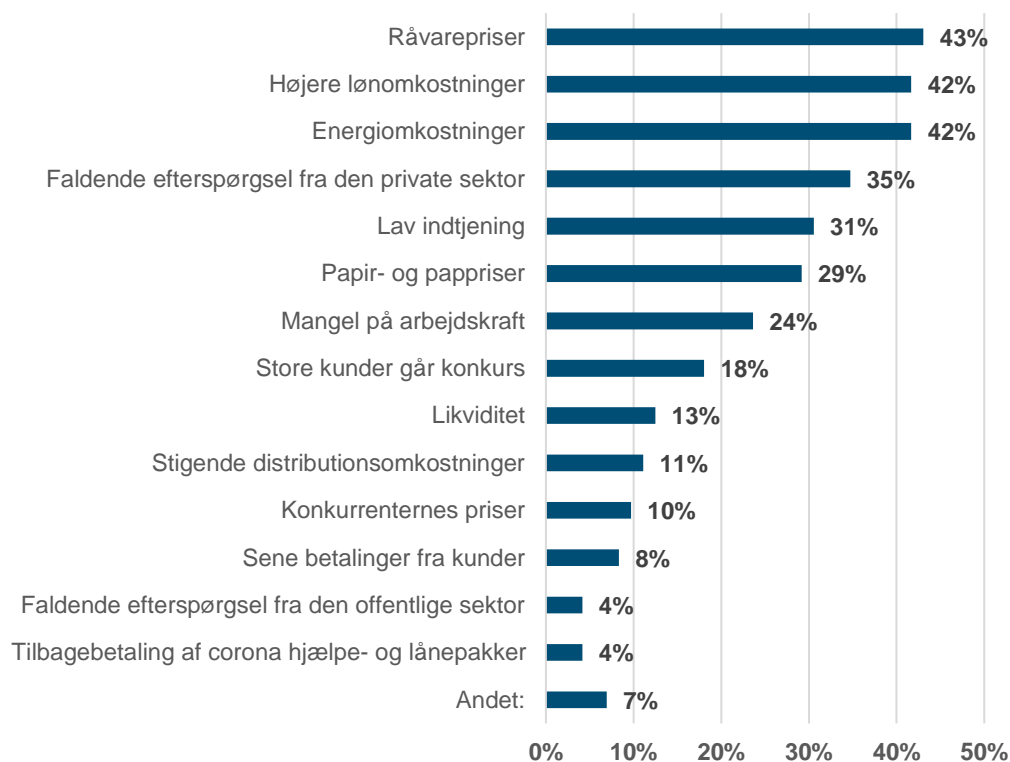
Flere virksomheder bekymrede

GRAKOMs medlemsvirksomheders største bekymringer for det kommende år afspejler tydeligt den nuværende økonomiske situation med en betydeligt højere inflation end de seneste mange år. Særligt priserne på råvarer og energi er steget markant det seneste år.

Hele 43 pct. rangerer råvarepriser blandt deres tre største bekymringer for deres virksomhed, mens 42 pct. har energiomkostninger og 29 pct. har papir- og pappriser på listen over bekymringer.

Figur 5: Virksomhedernes største bekymringer for det kommende år

Spg: "Hvad er dine 3 største bekymringer for din virksomhed det kommende år?"



Note: Ikke vægtet

Med 31 pct. fylder lav indtjening også en del blandt virksomhedernes bekymringer. Det kan skyldes, at virksomhederne har svært ved at sende de store prisstigninger på råvarer og energi videre til kunderne, hvilket understøttes af, at hele 35 pct. frygter faldende efterspørgsel fra den private sektor. I den tilsvarende undersøgelse for januar 2022 var de to tilsvarende tal henholdsvis 25 pct. og 17 pct.

Selvom forventningerne til den samlede omsætning er højere end før corona, er GRAKOMs medlemmer blevet mere opmærksomme på muligheden for, at store kunder går konkurs. 18 pct. har muligheden for, at store kunder går konkurs på listen over bekymringer. I undersøgelsen fra januar var tallet 8 pct.

Tilbagebetaling af corona hjælpe- og lånepakker fylder derimod ikke så meget hos GRAKOMs medlemsvirksomheder, idet kun 4 pct. af virksomhederne har dette på listen over deres største bekymringer. Det tilsvarende tal i januar var kun 2 pct.

Om undersøgelsen

Undersøgelsen blev udsendt til medlemsrepræsentanter i alle GRAKOMs medlemsvirksomheder.

Undersøgelsesperiode: 27. juni 2022 – 30.- juni 2022.

78 virksomheder svarede på hele eller dele af undersøgelsen, hvilket giver svarende til en svarprocent på 17 pct.